



**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA USAHA PERCETAKAN STUDIO FOTO  
"GALBET FOTO STUDIO" DI JALAN RIAU KECAMATAN  
SENAPELAN MENURUT EKONOMI SYARIAH**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**NUR HAMIDI**  
**NIM. 11525101284**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU**

**2020**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PERSETUJUAN**

Skripsi dengan judul **PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA PERCETAKAN STUDIO FOTO "GALBET FOTO STUDIO" DI JALAN RIAU KECAMATAN SENAPELAN MENURUT EKONOMI SYARIAH**, yang ditulis oleh:

Nama : Nur Hamidi  
 NIM : 11525101284  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasah Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru, 4 Juni 2020

Pembimbing Skripsi

**Bambang Hermanto, M.Ag**  
 NIP.19780214 200003 1 001

UIN SUSKA RIAU



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM  
كلية الشريعة و القانون  
FACULTY OF SYARIAH AND LAW  
Jl. H. R. Soebrandt No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052  
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
PADA USAHA PERCETAKAN STUDIO FOTO "GALBET FOTO STUDIO"  
DI JALAN RIAU KECAMATAN SENAPELAN MENURUT EKONOMI  
SYARIAH

Nama Panulis : **NURHAMIDI**  
NIM : 11525101284  
Program Studi : EKONOMI SYARIAH

Telah dimunaqasyahkan pada :  
Hari / Tanggal : Senin / 29 Juni 2020  
Waktu : 08.00 Wib

Dan telah melakukan perbaikan sesuai dengan Catatan dari Tim Penguji Munaqasyah Fakultas  
Syariah dan Hukum UIN Suska Riau

Pekanbaru,  
Tim Penguji

2020



1. Dr. Wahidin, M.Ag  
(Ketua sekaligus Anggota Penguji)
2. Madonna Khairunnisa, ME.Sy  
(Sekretaris sekaligus Anggota Penguji)
3. Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak  
(Anggota Penguji)
4. Syahpawi, S.Ag., M.Sh  
(Anggota Penguji)

Mengetahui  
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum  
  
Dr. Drs.H. Hajar, M.Ag.  
NIP. 19580712 198601 1 005

UIN SUSKA RIAU





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**ABSTRAK**

**Nur Hamidi (2020) : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Percetakan Studio Foto “Galbet Foto Studio” Di Jalan Riau Kecamatan Senapelan Menurut Ekonomi Syariah**

Penelitian ini dilakukan di galbet foto studio. Masalah yang melatarbelakangi penelitian ini adalah kualitas produk yang kurang bagus dalam memenuhi kepuasan. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada usaha percetakan studio foto “galbet foto studio” di jalan Riau Kecamatan Senapelan, mengetahui tinjauan Ekonomi Syariah terhadap pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada usaha percetakan studio foto “galbet foto studio” di jalan Riau Kecamatan Senapelan.

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlahnya tidak terhingga atau tidak diketahui. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 96 responden. Dari hasil penelitian berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana yaitu  $Y = 0,517 + 1,050X$  yang berarti bahwa variabel X (kualitas produk) memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Jika kualitas produk semakin meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat. Berdasarkan uji t diketahui nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $16,500 > 1,98600$  dengan nilai signifikan sebesar  $0.000 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada usaha galbet foto studio. Sedangkan uji R koefisien determinasi model adalah 0,743 atau (74%). Hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel kualitas produk (X) terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 74%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 74\% = 26\%$ ) berarti sebesar 26% perubahan nilai variabel dependen Y (kepuasan konsumen) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,862 artinya korelasi antara kualitas produk dan kepuasan konsumen memiliki hubungan yang sangat kuat.

Menurut tinjauan ekonomi syariah kualitas produk yang diberikan yaitu kualitas yang bernilai, bernilai dalam artian halal, baik, dan kualitasnya yang terpercaya, sehingga para konsumen merasa puas dengan apa yang diinginkan, selain mendapatkan kualitas produk yang halal, produk tersebut juga memberikan manfaat yang baik, dan juga memberikan kemaslahatan yang lebih banyak.

**Kata kunci : Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen**



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Alhamdulillah puji dan syukur takhentya penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmad dan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita kepada alam yang penuh dengan Ilmu pengetahuan ini.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada program strata satu Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Adapun judul skripsi penulis ialah ***"Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Percetakan Studio Foto "Galbet Foto Studio" Di Jalan Riau Kecamatan Senapelan Menurut Ekonomi Syariah "***

Proses penulisan dan penelitian skripsi ini sangat banyak bantuan dari pihak-pihak yang luar biasa hebatnya, untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tak terhingga, semoga Allah membalasnya dengan lipat ganda atas semua kebaikan dan bantuan, baik itu bantuan yang berbentuk materi dan non materi. Diantaranya penulis ingin sampaikan ucapan terimakasih kepada:

Ayah dan Ibu serta keluarga besar yang memberikan dukungan materi dan non materi, Ayahanda Ishak Hakim dan Ibunda Darimah, serta abang dan kakak yang tersayang yang selalu hidup di hati sanubari ini, banyak memberikan masukan mulai dari pengajuan judul hingga proses skripsi ini selesai.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, S.Ag.,M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum, serta Bapak Dr. Drs. Heri Sunandar, MCL sebagai Wakil Dekan I, Bapak Dr. Wahidin, S.Ag, M.Ag sebagai Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. H. Magfirah, MA sebagai Wakil Dekan III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Dr. Syahpawi, S.Ag, M.Sh selaku ketua program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

5. Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc.Ak, selaku sekretaris program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah banyak memberikan saran-saran dan motivasi yang sangat luar biasa.

6. Bapak Bambang Haermanto, M.Ag, selaku dosen pembimbing proposal sekaligus skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan yang luar biasa, meluangkan waktu dan tenaga untuk membantu menyelesaikan skripsi penulis.

Bapak Dr. H. Muh. Said. HM, MA, MM selaku Penasehat Akademik selama menjadi mahasiswi (2015-2020) program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak-bapak dan ibu-ibu seluruh dosen pengajar Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan motivasi kepada penulis.





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Seluruh pegawai dan karyawan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

- b. Kelas EI A angkatan 2015, dan Kawan-kawan tercinta yang telah memotivasi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir.

Penulis berharap semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat kepada semua pembaca. Penulisan skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kelemahan penulis, baik dari segi materi maupun teknik penulisan. Semua itu didasarkan keterbatasan yang dimiliki penulis, oleh sebab itu mohon kritik dan saran yang membangun sehingga kedepan jauh lebih baik. *Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Pekanbaru, 2020  
Penulis

**NUR HAMIDI**  
**NIM: 11525101284**

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
E. Hipotesis.....	6
F. Metode Penelitian.....	7
G. Model Penelitian .....	20
H. Sistematika Penulisan.....	21
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PENELITIAN</b>	
A. Sejarah Perusahaan.....	22
B. Letak Geografis Perusahaan.....	22
C. Struktur Organisasi Perusahaan .....	23
D. Visi dan Misi Galbet Foto Studi.....	24
E. Jam Operasional .....	24
<b>BAB III TINJAUAN TEORITIS</b>	
A. Kepuasan Konsumen.....	25
a.1. Pengertian Kepuasan Konsumen .....	25
a.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	27
a.3. Mengukur Kepuasan Konsumen .....	28
a.4. Indikator Kepuasan Konsumen .....	29
a.5. Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	31
B. Kualitas Produk .....	33
b.1. Pengertian Kualitas Produk.....	33
b.2. Tingkatan Produk.....	35





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b.3. Klasifikasi Produk.....	36
b.4. Indikator Kualitas Produk .....	38
b.5. Kualitas Produk dalam Islam .....	40

**BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Deskriptif Responden.....	44
B. Deskriptif Variabel Penelitian.....	47
C. Analisa Data .....	53
D. Tinjauan Ekonomi Syariah Tentang Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Jasa Studio Foto “Galbet Foto Studio” Di Jalan Riau Kecamatan Senapelan .....	64

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	67
B. Saran.....	68

**DAFTAR PUSTAKA**

# Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel I.1</b>	Jenis Produk Galbet Foto Studio .....	4
<b>Tabel I.2</b>	Jumlah Konsumen Galbet Foto Studio .....	4
<b>Tabel I.3</b>	Definisi Operasional Variabel .....	11
<b>Tabel I.4</b>	Pedoman Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .....	12
<b>Tabel I.5</b>	Penelitian Terdahulu.....	18
<b>Tabel IV.1</b>	Data Responden Menurut Jenis Kelamin .....	44
<b>Tabel IV.2</b>	Data Responden Menurut Usia.....	45
<b>Tabel IV.3</b>	Data Responden Menurut Pendidikan Terakhir .....	45
<b>Tabel IV.4</b>	Data Resonden Menurut Pekerjaan .....	46
<b>Tabel IV.5</b>	Tabel Deskriptif Statistik.....	47
<b>Tabel IV.6</b>	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	48
<b>Tabel IV.7</b>	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen.....	51
<b>Tabel IV.8</b>	Hasil Uji Validitas .....	54
<b>Tabel IV.9</b>	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk .....	55
<b>Tabel IV.10</b>	Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen .....	55
<b>Tabel IV.11</b>	Hasil Uji Auto Korelasi .....	59
<b>Tabel IV.12</b>	Hasil Uji Regresi Sederhana.....	60
<b>Tabel IV. 13</b>	Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	62
<b>Tabel IV.14</b>	Koefisien Determinasi .....	63

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang Masalah

Persaingan dunia bisnis semakin ketat di era globalisasi saat ini. Berkembangnya perekonomian mengakibatkan semakin beragamnya produk jenis yang ditawarkan. Kemajuan teknologi yang disertai dengan adanya inovasi dan kemajuan informasi mengakibatkan persaingan yang semakin ketat dalam memperebutkan pangsa pasar dengan menawarkan macam-macam produk atau jasa, khususnya suatu usaha yang sejenis dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh masing-masing perusahaan pada dasarnya sama. Perusahaan-perusahaan dituntut harus mampu mengimbangi persaingan tersebut untuk bertahan dipasar yang semakin kompetitif.

Dengan berkembangnya dunia usaha yang mengalami pertumbuhan (*growth*) menjadi usaha lebih besar. Sehubungan dengan hal tersebut, maka kegiatan-kegiatan yang ada di usaha juga bertambah banyak, begitu juga volume kegiatan yang dilaksanakan. Jika dalam usaha kecil jenis kegiatan yang dilakukan terbatas sehingga akan mudah untuk direncanakan dan diawasi, setelah usaha mulai berkembang dan semakin besar, volume kegiatan meningkat dan semakin sulit.<sup>1</sup>

Kemajuan teknologi yang sedemikian pesat, hal ini telah banyak memberikan perubahan pola hidup manusia. Perubahan terjadi pada kehidupan sehari-hari maupun aktivitas kegiatan usaha. Seiring dengan perkembangan

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2009), h. 12



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

zaman, kebutuhan manusia juga semakin bervariasi. Salah satu diantaranya adalah dalam jenis jasa bidang fotografi.

Fotografi dulu masih dianggap suatu hal yang mahal oleh masyarakat. Hanya kalangan tertentu saja yang dapat menikmati hal-hal yang berhubungan dengan fotografi, baik itu alat fotografi maupun outputnya sebagai media dokumentasi. Namun hal tersebut berubah seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi. Alat-alat fotografi serta perlengkapan pendukungnya menjadi semakin mudah didapatkan karena selain tempat memperolehnya sudah banyak yang ada, harganya pun dapat dikatakan relatif murah bagi masyarakat yang ingin menikmatinya.

Perilaku konsumen berperan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian. Proses keputusan pembelian konsumen melewati lima tahap proses pengambilan keputusan yaitu:

1. Pengenalan masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi alternatif
4. Keputusan pembelian
5. Perilaku pasca pembelian

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Ketertarikan konsumen untuk menggunakan jasa fotografi dipengaruhi oleh dua faktor yaitu *faktor internal* seperti tingginya minat konsumen menggunakan jasa tersebut dan daya beli yang baik. *faktor*

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*eksternal* yaitu seperti ide kreatif yang dimiliki oleh studio foto yang berpengaruh pada pelayanan yang diberikan perusahaan dan juga produk yang menjadi daya tarik konsumen yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian.<sup>2</sup>

Aspek yang perlu diperhatikan kualitas produk. Kualitas produk adalah karakter yang dimiliki sebuah produk yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu studio foto harus berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh studio foto pesaing.<sup>3</sup>

Dengan kualitas pelayanan yang baik, kualitas produk yang menampilkan fungsinya, serta harga yang sesuai dengan kualitasnya, maka konsumen akan merasa puas, kepuasan konsumen merupakan salah satu tujuan dari perusahaan. Jika konsumen merasa puas maka konsumen akan mengkonsumsi kembali jasa tersebut. Tujuan utama pemasar adalah melayani, memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu, pemasar perlu memahami bagaimana perilaku konsumen dalam memuaskan kebutuhan dan keinginannya.

Galbet Foto Studio telah mampu memberika kualitas produk, dan kepuasan konsumen dalam upaya menarik perhatian pasar dengan menyediakan fotografer profesional yang sudah diberi pengetahuan dan dilatih oleh Galbet Foto Studio. Galbet Foto Stuido juga memiliki studio foto yang

---

<sup>2</sup> Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), Ed. 13, h. 179

<sup>3</sup> Ibid, h. 253

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berukuran besar di dukung dengan peralatan studio foto profesional. Produk yang di tawarkanpun beragam, yaitu dengan memberikan *packaging* yang berbeda pada *Wedding Packaging*. Berikut adalah berbagai jenis produk yang di tawarkan kepada konsumen:

**Tabel 1.1**  
**Jenis Produk Galbet Foto Studio**

Jenis Produk
Edit dan Cetak Foto
Keluarga dan Wisuda
Photo Liputan
Video Liputan
Pre Wedding (Indoor)
Pre Wedding (Outdoor)

**Sumber: Galbet Foto Studio**

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa ada enam produk yang ditawarkan kepada konsumen Galbet Foto Studio sesuai dengan minat dan keinginan dalam memenuhi kepuasan konsumen.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Konsumen Galbet Foto Studio**

Jenis Produk dan Layanan	2016		2017		2018	
	Jan - Jun	Jul - Des	Jan - Jun	Jul - Des	Jan - Jun	Jul - Des
Edit dan Cetak Foto	340	597	513	560	488	582
Keluarga dan Wisuda	133	231	137	150	131	260
Photo Liputan	100	180	165	200	170	190
Video Liputan	130	210	160	175	245	220
Pre Wedding (Indoor)	250	243	300	260	280	310
Pre Wedding (Outdoor)	301	410	345	390	425	400

**Sumber: Galbet Foto Studio**

Berdasarkan tabel 1.2 di atas, dilihat bahwa jumlah konsumen pada setiap penggunaan paket dan layanan di galbet foto studio dari tahun 2016 –



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2018 mengalami peningkatan dan penurunan. Produk yang paling banyak diminati adalah edit dan cetak foto.

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Percetakan Studio Foto “Galbet Foto Studio” di Jalan Riau Kecamatan Senapelan Menurut Ekonomi Syariah”**

#### B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan maka perlu adanya pembatasan masalah yang diteliti, maka penulis membatasi masalah penelitian ini pada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada usaha percetakan studio foto galbet foto studio di Jalan Riau Kecamatan Senapelan menurut ekonomi syariah.

#### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan sebelumnya, terdapat beberapa yang menjadi pokok perhatian, adapun permasalahan yang timbul adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada usaha percetakan studio foto “galbet foto studio” di jalan Riau Kecamatan Senapelan?
2. Bagaimana tinjauan Ekonomi Syariah terhadap pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada usaha percetakan studio foto “galbet foto studio” di jalan Riau Kecamatan Senapelan pada usaha foto studio di jalan Riau Kecamatan Senapelan?

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

**1. Tujuan Penelitian**

- a. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada usaha percetakan studio foto “galbet foto studio” di jalan Riau Kecamatan Senapelan.
- b. Mengetahui tinjauan Ekonomi Syariah terhadap pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada usaha percetakan studio foto “galbet foto studio” di jalan Riau Kecamatan Senapelan.

**2. Manfaat Penelitian**

- a. Sebagai sumbangan pemikiran dalam khazanah ilmu pengetahuan sekaligus dapat menambah literatur skripsi tentang ekonomi syariah di perpustakaan UIN SUSKA Riau.
- b. Sebagai salah satu informasi bagi pihak yang terkait dalam jasa photography.
- c. Sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau.

**E. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang empirik. Penelitian yang merumuskan hipotesis merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif.<sup>4</sup> Maka hipotesis nya adalah:

Ha1 : Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan kepuasan konsumen pada usaha percetakan studio foto galbet foto studio di Jalan Riau Kecamatan Senapelan.

Ha2 : Terdapat hubungan yang positif secara simultan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada usaha percetakan studio foto galbet foto studio foto di Jalan Riau Kecamatan Senapelan.

#### F. Metode Penelitian

Dalam rangka mengumpulkan, menyusun dan mengelola data dalam tulisan ini, penulis menggunakan metode sebagai berikut:

##### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan mengambil lokasi galbet foto studio di Jalan Riau Kecamatan Senapelan karena terdapat data yang lengkap yang dibutuhkan oleh peneliti.

##### 2. Subyek dan Objek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah pengusaha jasa photograpy, sedangkan objek penelitian ini adalah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada usaha percetakan studio foto.

---

<sup>4</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2013), h.64



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Populasi dan Sampel

- a. Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit dari individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.<sup>5</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah jumlahnya tidak terhingga atau tidak diketahui. Populasi tidak terbatas atau tidak diketahui yaitu sumber datanya tidak dapat ditentukan batasan-batasannya sehingga relatif tidak dapat dinyatakan dalam bentuk jumlah.<sup>6</sup>
- b. Sampel adalah kelompok kecil yang diamati dan merupakan bagian dari populasi sehingga bersifat dan karakteristik populasi juga dimiliki oleh sampel.<sup>7</sup> Dikarenakan populasi pada penelitian ini tidak diketahui dengan pasti atau tidak terhingga, maka digunakan teknik sampling kemudahan.<sup>8</sup>

$$n = \left( \frac{Z_{\alpha/2} \times \sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan:

n = jumlah sampel minimum yang diperlukan

$Z_{\alpha/2}$  = nilai standar dari distribusi sesuai nilai  $\alpha = 5\% = 1,96$

(apabila  $\alpha = 5\%$ , maka Z tabel sekitar 1,96)

<sup>5</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kualitatif Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: Araja Grafindo Persada, 2012), h. 74

<sup>6</sup> Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, (Bandung: ALFABETA, 2013), h. 55

<sup>7</sup> Abdurahmat Fahtoni, *Metode Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Eneka Cipta, 2005), h. 57

<sup>8</sup> Riduwan, *Op.Cit*, h. 66

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$\sigma$  = standar deviasi

$e$  = Term OF Error sebesar 5% = 0.05

Berdasarkan rumus maka perhitungannya adalah sebagai berikut:  $n = \left( \frac{(1,96) \times (0,25)}{(0,05)} \right)^2 = 96,04$  dibulatkan menjadi 96 responden.

Jadi sampel yang saya ambil dalam penelitian ini sebanyak 96 responden. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling* artinya setiap individu atau unit yang diambil dari populasi dipilih dengan sengaja menurut pertimbangan tertentu. Dibantu dengan teknik *Purposive Sampling* yaitu teknik yang digunakan apabila anggota sampel yang dipilih secara khusus berdasarkan tujuan penelitiannya dan dengan metode pengumpulan sampel yaitu menggunakan metode *accidental sampling* yaitu pemilihan anggota sampelnya dilakukan terhadap orang atau benda yang kebetulan atau dijumpai.<sup>9</sup>

#### 4. Sumber Data

##### a. Data primer

Yaitu data yang diperoleh langsung dari pengusaha jasa photography.

<sup>9</sup> Husaini Usman dan Purnomo Setiady, *Pengantar Statistika*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), h. 185

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### b. Data Sekunder

Yaitu data pendukung yang diperoleh dari data kepustakaan dan literatur-literatur atau kitab-kitab yang ada hubungannya dengan permasalahan yang diteliti.

#### 5. Definisi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang atau objek yang dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>10</sup>

Berdasarkan telaah pustaka dan perumusan hipotesis, maka variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

##### a. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas atau independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen (variabel terikat).<sup>11</sup> Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebas adalah kualitas produk variabel ini diukur dengan skala Likert.

##### b. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat atau dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>12</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (Y) adalah kepuasan konsumen.

<sup>10</sup>Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 2

<sup>11</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 61

<sup>12</sup>Ibid, h. 61



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 1.3**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
Kualitas Produk (X1)	Sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan atau suatu kebutuhan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas fisik cetak foto</li> <li>2. Keandalan cetak foto</li> <li>3. Daya tahan cetak foto</li> <li>4. Kesesuaian warna cetak foto</li> <li>5. Desain album Hard Cover yang menarik</li> <li>6. Kecocokan album hard cover untuk interior rumah</li> <li>7. Penyimpan hard cover menarik</li> </ol>	(Tjiptono, 2008:25)
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan pelanggan tergantung pada anggapan kinerja ( <i>perceived performance</i> ) produk dalam memberikan nilai dalam hitungan relatif terhadap harapan pembeli.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kenyamanan, kepuasan yang dirasakan konsumen</li> <li>2. Minat konsumen untuk mengonsumsi kembali</li> <li>3. Kualitas pelayanan dan kualitas produk yang disediakan telah sesuai dengan harapan pelanggan</li> <li>4. Kosumen memberika rekomendasi kepada orang lain</li> </ol>	(kotler dan amstrong, 2003:10)

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 6. Skala Pengukuran

Mendapatkan data yang berkaitan dengan keputusan nasabah dan produk digunakan instrumen kusioner dengan pengukuran dengan menggunakan skala likret yang mempunyai lima tingkatan yang merupakan skala jenis ordinal, dengan menggunakan dua instrument minat nasabah dan produk perbankan yang kemudian dikembangkan menjadi beberapa pertanyaan atau parameter yang akan diukur<sup>13</sup>:

Sangat Setuju (SS)	= Skor 5
Setuju (S)	= Skor 4
Netral (N)	= Skor 3
Tidak Setuju (TS)	= Skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= Skor 1

## 7. Metode Pengumpulan Data

Memperoleh data yang dibutuhkan dalam menunjang pembahasan penulisan skripsi ini, maka penulis menggunakan prosedur pengumpulan data sebagai berikut :

- a. Observasi yaitu, merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden, namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi. Teknik ini digunakan bila penelitian ditujukan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan dilakukan pada responden yang tidak terlalu besar.

---

<sup>13</sup> Ibid, h. 97

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Kuesioner yaitu, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya.
  - c. Studi pustaka yaitu kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi objek penelitian.
8. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Metode Kuantitatif merupakan Penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka-angka) yang diolah dengan metode statistik. Pada dasarnya pendekatan kuantitatif dilakukan pada jenis penelitian *inferensial* dan menyandarkan kesimpulan hasil penelitian pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti.<sup>14</sup> Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel, yakni variabel independent (bebas) dan variabel dependent (terikat). Variabel independent disimbolkan dengan huruf (X), yakni Kualitas Produk dan variabel terikat disimbolkan dengan huruf (Y), yakni Kepuasan Konsumen. Metode analisis data akan dilakukan dengan bantuan analisis aplikasi komputer program SPSS versi 21.0.

---

<sup>14</sup> Sutrisno Badri, *Metode Statistika Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Ombak, 2012), hlm. 12.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrumen atau kuisioner yang disusun mampu menggambarkan yang seberapa dari variabel penelitian. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai koefisien  $r \geq \text{tabel}$ .<sup>15</sup> Adapun rumus yang dipakai yaitu *korelasi product moment*:

$$r = \frac{\sum XY}{\sqrt{\sum X^2 \cdot \sum Y^2}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi

x = deviasi rata-rata variabel X

y = deviasi rata-rata variabel Y

1) Uji Reabilitas

Reabilitas menunjukkan pada suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha-Cronbach*. Batasan nilai dalam uji ini adalah 0,6. Jika nilai reliabilitas kurang dari 0,6 maka nilainya kurang baik. Pengujian ini dapat dilihat pada kolom *Reliability statistics (Cronbach's Alpha)* dengan

<sup>15</sup> Ibid, h. 276

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan computer program SPSS versi 21.0

b. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data berdistribusi normal, maka data tersebut dapat mewakili suatu populasi. Uji normalitas data dapat dilihat dari grafik *histogram*, jika grafik *histogram* membentuk gunung atau lonceng, maka dapat dikatakan data tersebut terdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai residual satu pengamatan yang lain. Kemungkinan adanya dugaan *Scatterplot* dimana sumbu x adalah residual dan sumbu y adalah nilai y yang diprediksi. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) pada sumbu y, maka tidak terjadi *heteroskedastisitas* atas suatu model regresi.

3. Uji Auto Korelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya (t-1). Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW- Test). Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a) Jika  $dU < DW < 4-dU$  maka  $H_0$  diterima dan tidak terjadi masalah autokorelasi
- b) Jika  $DW < dL$  atau  $DW > 4-dL$  maka  $H_0$  ditolak dan terdapat masalah autokorelasi
- c) Jika  $dL < DW < dU$  atau  $4-dU < DW < 4-dL$  maka tidak ada keputusan yang pasti.

## 1. Uji Hipotesis Penelitian

### a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis ini digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan dua variabel melalui koefisien regresinya<sup>16</sup>, dimana variabel independen (X) adalah Kualitas Produk sedangkan variabel dependen (Y) adalah Kepuasan Konsumen.

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

a = konstan

b = koefisien regresi linear

X = kualitas produk

### b. Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) dengan  $\alpha = 0,05$  atau 5%, jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap

<sup>16</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h. 103.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

variabel dependen, jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka tidak terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

#### c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dan Koefisien Korelasi ( $r$ )

Determinan ( $R^2$ ) adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen. Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi kita akan bisa menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen.<sup>17</sup> Besarnya koefisien determinasi dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd : Koefisien determinasi

$R^2$  : Koefisien korelasi

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

- a. Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah
- b. Jika Kd mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

<sup>17</sup>Purbayu Budi Santosa dan Ashari, *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel Dan SPSS*, Ed.1, (Yogyakarta : ANDI, 2005), hlm. 144.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Koefisien korelasi dilakukan untuk melihat keberatan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Kriteria derajat hubungan koefisien korelasi adalah seperti pada tabel 1. Sebagai berikut:<sup>18</sup>

**Tabel 1.4**  
**Pedoman Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

## 10. Penelitian Terdahulu

**Tabel 1.5**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil Penelitian
1	Lian Edvantris (2017) Skripsi Universitas Lampung	Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen surya maxima photography Bandar lampung	Metode dalam penelitian yaitu kuantitatif. Dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji t dan uji R square.	Hasil penelitian menyatakan bahwa hasil uji hipotesis kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan p-value = 0,011 < 0,05. Uji koefisien determinasi sebesar <i>adjusted R square</i> sebesar

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 287.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil Penelitian
				0,417 hal ini berarti kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berperan dalam memberikan sumbangan variabel keputusan pembelian sebesar 41,7% sisanya 58,3% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2	Yunita Kusuma (2018) Skripsi universitas sanata dharma Yogyakarta	Pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada konsumen concept foto studio Yogyakarta)	Metode dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Dengan menggunakan uji reliabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik, uji t, uji F, dan koefisien determinasi.	Uji validitas menggunakan formula <i>Alpha</i> . Teknik analisis data dalam penelitian ini regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Fasilitas, kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. 2. Fasilitas dan kualitas pelayanan secara parsial tidak



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

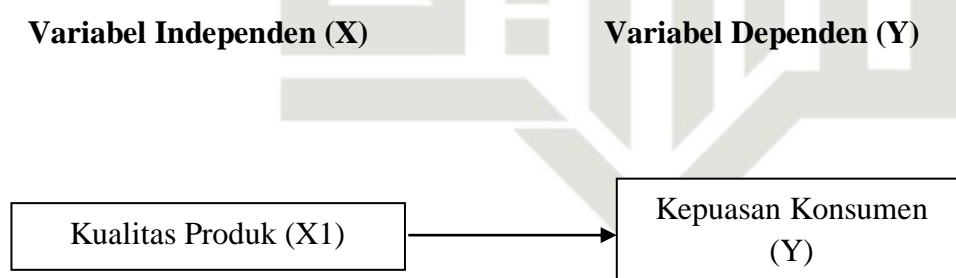
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Peneliti	Judul	Metode	Hasil Penelitian
			berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. 3. Kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### Model Penelitian

Model dalam penelitian ini dapat diterangkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap usaha studio foto, dengan kata lain jika harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk bagus maka akan memberikan kepuasan kepada konsumen Model penelitian ini dapat di gambarkan sebagai berikut :

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Penelitian**





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**F. Sistematika Penulisan**

**BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini akan menguraikan antara lain: Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, hipotesis, Metode Penelitian serta Sistematika Penulisan.

**BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Bab ini akan menjelaskan tentang sejarah dan biografis tentang Galbet Foto Studio.

**BAB III : TINJAUAN TEORITIS**

Bab ini berisikan tentang teori yang berhubungan dengan pembahasan dalam penelitian, berupa pengertian harga, kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan serta teori ekonomi Islam.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan hasil dari penelitian dan pembahasan yang akan menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, mengenai pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Mengemukakan Gambaran Umum Tentang Hasil Penelitian, Pengolahan Data, dan Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini merupakan bagian akhir yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian guna untuk penelitian yang akan mendatang.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PENELITIAN

#### A. Sejarah Perusahaan

Galbet Foto Studio didirikan pada tahun 2004 oleh pak Galih Rakasiwi selaku owner dari Galbet Foto Studio yang pada awalnya memiliki hobi memotret sejak masih muda. Pada saat itu, untuk memiliki studio hanya angan-angan, namun pemilik memberanikan diri untuk menyewa studio.

Galbet Foto Studio yang berfokus pada konsep foto dengan background yang fleksibel atau dapat diubah sesuai minat konsumen. Rill background seperti alami diluar dibuat agar tidak seperti studio untuk menambah kaya akan background serta menambah warna agar hasilnya lebih majemuk. Tujuan perusahaan yaitu untuk mencari profit dengan cara memberi kepuasan lebih kepada konsumen melalui ide-ide untuk hasil foto yang memuaskan.<sup>19</sup>

#### B. Letak Geografis Perusahaan

Galbet Foto Studio merupakan studio foto yang berlokasi di jalan Riau no 22 Kelurahan Kampung Bandar Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru. Galbet Foto Studio terletak di tengah keramaian karena berada dekat dengan salah satu Mall, Taman RTH Tunjuk Ajar Integritas dan Pasar Wisata Pasar Bawah Pekanbaru. Tepatnya letak Galbet Foto Studio adalah sebagai berikut:

- Sebelah barat berbatasan dengan toko RayWhite.
- Sebelah utara berbatasan dengan rumah penduduk.
- Sebelah timur berbatasan dengan toko HW

<sup>19</sup> Pak Galih Rakasiwi, wawancara, Pemilik Usaha, 29 Mei 2020



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Sebelah selatan berbatasan dengan toko Aroma.

### Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah penjelasan mengenai tugas dan tanggung jawab masing-masing posisi dari struktur organisasi Galbet Foto Studio:

#### a. Pemilik

Pemilik Galbet Foto Studio yaitu pak Galih Rakasiwi yang juga merupakan manager di Galbet Foto Studio. Tugas serta tanggung jawab pemilik adalah mengatur jadwal pemotren di dalam studio foto dan di luar studio, memastikan seluruh rangkaian pemotretan berjalan dengan lancar, mengatur keuangan perusahaan, memberikan kompensasi kepada karyawan.

#### b. Pemasaran

Pemasaran Galbet Foto Studio yaitu Doni. Tugas serta tanggung jawab pemasaran adalah memasarkan Galbet FotoStudio baik secara langsung maupun tidak langsung. Pemasaran langsung diantaranya memasuki universitas, memasuki perkumpula masyarakat serta perkumoulan organisasi lainnya. Pemasaran tidak langsung diantaranya menyebar brosur, memasarkan melalui media masa.

#### c. Videographer

Videographer Galbet Foto Studio tugas serta tanggung jawabnya adalah membuat video baik di dalam studio mauoun di luar studio, mengedit video sesuai keinginan konsumen

#### d. Fotographer

Tugas serta tanggung jawab fotografer adalah membuat foto baik didalam studi maupun diluar studio , mengedit foto sesuai keinginan konsumen.

#### D. Visi dan Misi Galbet Foto Studio

##### a. Visi Galbet Foto Studio

Menjadikan foto studio yang terlibat dalam pengabdian moment-moment yang tak terlupakan.

##### b. Misi Galbet Foto Studio

- Menyediakan fasilitas yang lengkap
- Memberikan pelayanan yang baik
- Memberikan hasil yang optimal

#### E. Jam Operasional

Jam operasional Galbet Foto Studio adalah sebagai berikut:

Senin	: 09.00 – 20.00 WIB
Selasa	: 09.00 – 20.00 WIB
Rabu	: 09.00 – 20.00 WIB
Kamis	: 09.00 – 20.00 WIB
Jumat	: 09.00 – 20.00 WIB
Sabtu	: 09.00 – 20.00 WIB
Minggu	: 09.00 – 20.00 WIB <sup>20</sup>

<sup>20</sup> Ibid

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III

### TINJAUAN TEORITIS

#### A Kepuasan Konsumen

##### a.1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah suatu keadaan yang dirasakan oleh seseorang (konsumen) setelah ia mengalami suatu tindakan atau hasil dari tindakan yang memenuhi harapan-harapannya.<sup>21</sup>

Konsumen adalah seorang individu yang secara berulang kali datang ke tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan memuaskan produk atau jasa tersebut.<sup>22</sup>

Menurut Kolter, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.<sup>23</sup>

Sedangkan Tse dan Wilton kepuasan atau tidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang diharapkan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakainnya. Wilkie mendefinisikannya sebagai suatu

<sup>21</sup> Bambang Hartono, “*Manajemen Pemasaran Untuk Rumah Sakit*”, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 46

<sup>22</sup> Rambat Lupiyoando, “*Manajemen Pemasaran jasa*”, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h. 74

<sup>23</sup> Kolter Philip, A.B Susanto, “*Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia*”, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), h. 52.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman suatu produk atau jasa.<sup>24</sup>

Menurut Richard L. Oliver, kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya. Dengan demikian, seseorang konsumen merasa puas atau tidak puas sangat tergantung pada kinerja produk dibandingkan ekspektasi konsumen bersangkutan dan apakah konsumen menginterpretasikan adanya deviasi atau gap antara kinerja atau ekspektasi. Apabila kinerja lebih rendah dibandingkan ekspektasi, maka konsumen bersangkutan akan merasa tidak puas. Apabila kinerja sama dengan *ekspektasi*, maka ia akan puas. Sedangkan jika kinerja melampaui ekspektasi, maka konsumen itu akan merasa sangat puas atau bahkan bahagia.

Kepuasan konsumen terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang beda. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen. Kepuasan konsumen merupakan respon konsumen terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah

<sup>24</sup> Rambat Lupiyoandi, “*Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*”, (Jakarta: Salemba Empat, 2004), h. 349.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemakaian.<sup>25</sup>

Dari berbagai pendapat yang dilontarkan para ahli bisa diambil kesimpulan definisi kepuasan konsumen adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka konsumen akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, konsumen akan puas dan bila kinerja melebihi harapan.

#### a.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu:

- a. Kualitas produk, konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Emosional, konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang

<sup>25</sup> Freddy Rangkuti, "Measuring Customer Satisfaction: Gaining Relationship Strategy", Jakarta: Gramedia, 2006), h. 30

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

- d. Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.
- e. Biaya, konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.<sup>26</sup>

#### a.3. Mengukur Kepuasan Konsumen

Perusahaan perlu melakukan pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan karena hal ini telah menjadi hal yang esensial bagi setiap perusahaan. Langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Metode-metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk memantau dan mengukur kepuasan pelanggan<sup>27</sup> sebagai berikut:

##### a. Sistem Keluhan dan Sasaran (*complain and suggestion system*)

Organisasi yang berwawasan pelanggan akan membuat pelanggannya memberikan saran atau keluhan, misalnya dengan memberikan formulir bagi pelanggan untuk melaporkan kesukaan atau keluhan, menempatkan kotak saran. Alur informasi ini

<sup>26</sup> Umar, Husein, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 25

<sup>27</sup> Ivonne Wood, "*Layanan Pelanggan*", (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), h. 49.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberikan banyak gagasan balik dan perusahaan dapat bergerak lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.

b. Survey Pelanggan (*costumer surveys*)

Kepuasan pelanggan dapat diukur melalui pelanggan atas persepsinya terhadap kepuasannya. Yaitu dengan cara wawancara kepada pelanggan untuk bisa melakukan penilaian atau tanggapan mereka atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

c. Pembelian Bayangan (*Lost customer analiysis*)

Cara lain untuk mengukur mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan menyuruh orang berpura-pura menjadi pembeli dan melaporkan titik-titik kuat maupun lemah yang mereka alami sewaktu membeli produk perusahaan.

d. Analisa Kehilangan Pelanggan (*Lost customer analysis*)

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal ini terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.

#### a.4. Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono, atribut-atribut pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari:

- a. Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen, meliputi:

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
  2. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
  3. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- b. Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:
1. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
  2. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengonsumsi produk.
  3. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c. Kesediaan merekomendasikan, merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:
1. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
  2. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memadai.<sup>28</sup>

#### a.5. Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Menurut ekonomi islam konsumen dalam memenuhi kebutuhannya cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan masalah maksimum. Kecenderungan memilih ditentukan oleh kebutuhan dan keinginan.<sup>29</sup>

Di dalam teori ekonomi, kepuasan seseorang dalam mengonsumsi suatu barang di namakan utility atau nilai guna. Kalau kepuasan terhadap suatu benda semakin tinggi, maka semakin tinggi nilai gunanya. Sebaliknya, bila kepuasan terhadap suatu benda semakin rendah maka semakin rendah pula nilai gunanya.

Dalam ekonomi islam kepuasan dikenal dengan masalah dengan pengertian tepenuhi kebutuhan baik bersifat fisik maupun spiritual. Islam sangat mementingkan keseimbangan kebutuhan fisik dan non fisik yang didasarkan atas nilai-nilai syariah. Seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus mempertimbangkan beberapa hal, yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara dzatnya maupun secara memperolehnya, tidak bersikap isrof (royal ) dan tabzir (sia-sia). Oleh karena itu, kepuasan seorang muslim tidak didasarkan banyak sedikitnya

<sup>28</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2001),h. 32

<sup>29</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas kerja sama dengan Bank Indonesia: *Ekonomi Islam*, (PT Raja Grafindo, Jakarta, 2008), h. 28



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas berapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang dikonsumsi.<sup>30</sup>

Teori nilai guna (utility) apabila di analisis dari teori masalah, kepuasan bukan di dasarkan atas banyaknya barang di konsumsi tetap di dasarkan atas baik atau buruknya sesuatu itu dan lingkungannya. Jika mengonsumsi sesuatu mendapatkan kemafsadatan pada diri atau lingkungan maka tindakan itu harus di tinggalkan sesuai dengan kaidah:

Jadi, perilaku konsumsi seorang muslim harus mengacu pada tujuan syariat, yaitu memelihara masalah dan menghindari mudharat.

Akan tetapi, konsumsi dalam islam tidak hanya bertujuan untuk mencari kepuasan fisik saja, tetapi lebih mempertimbangkan aspek masalah yang menjadi tujuan dari syariat islam (maqashid syariah). Teori masalah cakupannya lebih luas dari teori utility. Masalah dalam ekonomi islam, diterapkan sesuai dengan prinsip rasionalitas muslim, bahwa setiap pelaku ekonomi selalu ingin meningkatkan masalah yang diperolehnya. Imam asy-syathiby mengatakan, bahwa kemaslahatan manusia dapat terrealisasi apabila lima unsure pokok dapat diwujudkan dan dipelihara yaitu: agama (ad-din), jiwa (an-nafs), akal (al-‘aql), keturunan (an-nasl) dan harta (al-maal).<sup>31</sup>

<sup>30</sup> Sadono, sukirno. *Pengantar teori mikro ekonomi*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002) edisi ke 3, h. 152

<sup>31</sup> Abu isak Asy-syathiby, *al-muwafaqot fi ushul as-syariah*, (Beirut: Dar al-mar’ifah, 1400h), jilid II, hlm.08

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### B. Kualitas Produk

#### b.1. Pengertian Kualitas Produk

Dalam kamus Bahasa Indonesia kontemporer kualitas produk adalah tingkat baik atau buruknya sesuatu.<sup>32</sup> Menurut M Suyanto kualitas adalah seberapa baik sebuah produk sesuai dengan kebutuhan spesifik dari pelanggan.<sup>33</sup> Menurut Deming kualitas adalah kesesuaian dengan kebutuhan pasar atau konsumen, perusahaan harus benar-benar dapat memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan.<sup>34</sup>

Menurut Garvin dan Davis kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.<sup>35</sup>

Dalam kamus Bahasa Indonesia kontemporer produk adalah barang atau jasa yang dibuat dan dibeli tambahan.<sup>36</sup> Sementara menurut Tjiptono produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu

<sup>32</sup> Petter Salim, Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, (Jakarta : Modren English Press, 2002), Ed.2,h.130

<sup>33</sup> M. Suyanto, *Marketing strategy top brand Indonesia*, (Yogyakarta : C.V Andi Offset, 2007), h.110

<sup>34</sup> Deming, *Manajemen Terpadu Edisi kedua*, Sebagaimana dikutip dalam karangan M.N. Nasution, h.3

<sup>35</sup> Garvin dan davis, *Manajemen Terpadu Edisi kedua*, Sebagaimana dikutip dalam karangan M.N.Nasution, h.3

<sup>36</sup> Petter Salim, Yenny Salim, *Op Cit*, h.192

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.<sup>37</sup>

Banyak orang menganggap produk adalah suatu penawaran nyata, tetapi produk bisa lebih dari itu. Secara luas produk (*product*) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa pengalaman, acara, orang, tempat, property, organisasi, informasi dan ide.<sup>38</sup>

Produk didefinisikan juga sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.<sup>39</sup>

Menurut Philip Kotler produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, pemakaian dan konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.

Menurut Ricky W.Griffin dan Ronaldo J.Ebert produk adalah paket nilai yang menyediakan manfaat-manfaat yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.<sup>40</sup>

Menurut M.Nur Rianto Al Arif Pengertian sempit dari produk adalah sekumpulan sifat-sifat fisik dan kimia yang berwujud dan dihipunkan dalam bentuk yang serupa dan telah dikenal, sedangkan pengertian luas produk adalah sekelompok sifat –sifat yang berwujud

<sup>37</sup>[http://blogger-viens.blogspot.com/2013/01/kualitas\\_produk.html](http://blogger-viens.blogspot.com/2013/01/kualitas_produk.html). Akses pada Tanggal 1 februari 2019

<sup>38</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Op Cit*, h. 4

<sup>39</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Op Cit*, h.266

<sup>40</sup> Ricky W.Griffin, Ronaldo J.Ebert, *Bisnis edisi kedelapan*, (Jakarta : Erlangga, 2006), h.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(*tangible*) dan tidak berwujud (*intangible*) didalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, prestise, dan pelayanan yang diberikan produsen yang dapat diterima oleh konsumen sebagai kepuasan yang ditawarkan terhadap keinginan atau kebutuhan konsumen.<sup>41</sup>

#### b.2. Tingkatan Produk

Usaha untuk merencanakan produk yang ditawarkan kepasar, dimana perencana produk harus berfikir secara mendalam dengan memahami lima tingkatan produk, sehingga tiap-tiap tingkat mampu menambah lebih banyak nilai pelanggan diantaranya yaitu:<sup>42</sup>

1. Produk utama/inti (*Core Benefit*) adalah produk yang sesungguhnya dibeli konsumen karena memiliki manfaat utama atau sesungguhnya.<sup>43</sup>
2. Produk dasar (*Basic Product*) adalah produk yang tidak mencerminkan versi dasar (fungsional) dari suatu produk.
3. Produk yang diharapkan (*Expected Product*) adalah suatu kumpulan atribut dan kondisi yang biasanya diharapkan dan disetujui pelanggan ketika mereka membeli produk tersebut.
4. Produk yang ditingkatkan atau produk tambahan adalah pelayanan tambahan yang diberikan untuk memenuhi keinginan pelanggan dan bahkan mampu melampaui harapan mereka, sehingga mampu

<sup>41</sup> M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Alfabeta, 2010), h. 139-140.

<sup>42</sup> Marius P.Angiospora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, ( Jakarta : PT. Raja Grafindo, 2002), h.153-154

<sup>43</sup> *Ibid* h.153

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membedakan penawaran perusahaan dengan penawaran perusahaan pesaing.<sup>44</sup>

### b.3. Klasifikasi Produk

Klasifikasi produk bisa dilakukan atas berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan berwujud tidaknya, produk dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok utama, yaitu barang dan jasa.

Barang konsumen adalah barang yang dikonsumsi untuk kepentingan konsumen akhir sendiri (individu dan rumah tangga), bukan untuk tujuan bisnis. Umumnya barang konsumen dapat diklasifikasikan menjadi empat jenis, yaitu *convenience goods*, *shopping goods*, *specialty goods*, dan *unsought goods*. Klasifikasi ini didasarkan pada kebiasaan konsumen dalam berbelanja (Berkowitz, et al., 1992), yang dicerminkan dalam tiga aspek berikut (a) usaha yang dilakukan konsumen untuk sampai pada suatu keputusan pembelian, (b) atribut-atribut yang digunakan konsumen dalam pembelian, dan (c) frekuensi pembelian.

#### 1) *Convenience Goods*

*Convenience goods* merupakan barang yang pada umumnya memiliki frekuensi pembelian tinggi (sering dibeli), dibutuhkan dalam waktu segera, dan hanya memerlukan usaha yang minimum (sangat kecil) dalam perbandingan dan pembeliannya. Contohnya antara lain rokok, sabun, pasta gigi, baterai, permen, dan surat kabar.

---

<sup>44</sup>*Ibid* h.154

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Convience goods* sendiri masih dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu *staples*, *impulse goods*, dan *emergency goods*.

- a) *Staples* adalah barang yang dibeli konsumen secara regular atau rutin, misalnya sabun mandi dan pasta gigi.
- b) *Impulse goods* merupakan barang yang dibeli tanpa perencanaan terlebih dahulu ataupun usaha-usaha mencarinya. Biasanya *impulse goods* tersedia dan dipajang di banyak tempat yang tersebar, sehingga konsumen tidak perlu repot-repot mencarinya. Contohnya permen, coklat, majalah. Biasanya *impulse goods* dipajang di *counter* supermarket.
- c) *Emergency goods* adalah barang yang dibeli bila suatu kebutuhan dirasa konsumen sangat mendesak, misalnya payung dan jas hujan di musim hujan.

#### 2) *Shopping Goods*

*Shopping goods* adalah barang-barang yang dalam proses pemilihan dan pembeliannya dibandingkan oleh konsumen di antara berbagai alternative yang tersedia. Kriteria perbandingan tersebut meliputi harga, kualitas, dan model masing-masing barang. Contohnya alat-alat rumah tangga, pakaian, dan *furniture*. *Shopping goods* terdiri atas dua jenis, yaitu *homogeneous shopping goods* dan *heterogeneous shopping goods*.

- a) *Homogeneous shopping goods* merupakan barang-barang yang oleh konsumen dianggap serupa dalam kualitas tetapi cukup



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berbeda dalam harga. Dengan demikian konsumen berusaha mencari harga yang termurah dengan cara membandingkan harga di satu toko dengan toko lainnya. Contohnya adalah *tape recorder*, TV dan mesin cuci.

- b) *Heterogeneous shopping goods* adalah barang-barang yang aspek karakteristik atau ciri-cirinya (*features*) dianggap lebih penting oleh konsumen daripada aspek harganya. Dengan kata lain, konsumen mempersepsikannya berbeda dalam hal kualitas dan atribut. Contohnya perlengkapan rumah tangga, mebel, dan pakaian.<sup>45</sup>

#### b.4. Indikator Kualitas Produk

Menurut Mullins, Orville apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Indikator dari kualitas produk terdiri dari:

- a. *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk. Kinerja merupakan karakteristik atau fungsi utama suatu produk. Ini merupakan manfaat atau khasiat utama produk yang kita beli. Biasanya ini menjadi pertimbangan utama ketika membeli produk.

<sup>45</sup> Fandy Tjiptono, *Op Cit*.98-99

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.
- c. *Conformance to specification* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
- d. *Features* (fitur) adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk. Dimensi fitur merupakan karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk. Fitur bersifat pilihan atau option bagi konsumen. Kalau manfaat utama sudah standar, fitur seringkali ditambahkan. Identi fitur bisa meningkatkan kualitas produk kalau pesaing tidak memiliki.
- e. *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
- f. *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.
- g. *Perceived quality* (kesan kualitas), sering dibilang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan. Jadi persepsi konsumen terhadap produk didapat dari harga, merk, periklanan, reputasi, dan Negara asal.

#### b.5. Kualitas Produk Dalam Islam

Produk pada Al-Qur'an dinyatakan dalam dua istilah, yaitu *al-tayyibat* dan *al-riz*. *Al-tayyibat* merujuk pada suatu yang baik, suatu yang murni dan baik, sesuatu yang bersih dan murni, sesuatu yang baik dan menyeluruh serta makanan yang terbaik. *Al- rizq* merujuk pada makanan yang diberkahi tuhan, pemberian yang menyenangkan dan ketetapan Tuhan. Menurut Islam produk konsumen adalah berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna, yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang dalam Islam bukan merupakan produk dalam pengertian Islam. Barang dalam ekonomi konvensional adalah barang yang dapat dipertukarkan. Tetapi barang dalam Islam adalah barang yang dapat dipertukarkan dan berdaya guna secara moral.<sup>46</sup>

Firman Allah swt dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut:

<sup>46</sup> Veithzal Rivai Zainal, Muhammad Syafei Antoniu, Muliaman Darmansyah Hadad, *Op* cit, h. 380



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٧٨﴾

Artinya: “ Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”

Menurut Syaikh Imam Al-Qurthubi, dalam bukunya yang berjudul Tafsir Al-Qurthubi/Syeikh Imam Al-Qurthubi, makna kata halal itu sendiri adalah melepaskan atau membebaskan. Dan kata ini disebut halal karena ikatan larangan yang mengikat sesuatu itu telah di lepaskan. Sahal bin Abdillah mengatakan : ada tiga hal yang harus dilakukan jika seseorang ingin terbebas dari neraka, yaitu memakan makanan yang halal, melaksanakan kewajiban, dan mengikuti jejak Rasulullah saw.

Kemudian janganlah kamu mengikuti langkah dan perbuatan syetan. Dan setiap perbuatan yang tidak ada dalam syariat maka perbuatan itu nisbatnya kepada syetan. Allah swt juga memberitahukan bahwa syetan adalah musuh dan tetntu saja pemberitahuan dari Allah swt adalah benar dan terpercaya. Oleh karena itu bagi setiap makhluk yang memiliki akal semestinya berhati-hati dalam menghadapi musuh ini yang telah jelas sekali permusuhanannya dari zaman nabi Adam AS. Syetan telah berusaha sekuat tenaga, mengorbankan jiwa dan sisa hidupnya untuk merusak keadaan anak cucu Adam As.<sup>47</sup>

<sup>47</sup> Syeikh Imam Al-Qurthubi, *Tafsir Al-Qurthubi/Syekh Imam Al-Qurthubi*, (Jakarta : Istaka Azzam,2007), h. 481-483

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kualitas produk mendapat perhatian para produsen ekonomi Islam dan ekonomi konvensional. Akan tetapi terdapat perbedaan signifikan diantara pandangan ekonomi ini dalam penyebab adanya perhatian masing-masing terhadap kualitas, tujuan dan caranya. Sebab dalam ekonomi konvensional, produsen berupaya menekankan kualitas produknya hanya semata-mata untuk merealisasikan tujuan materi. Boleh jadi tujuan tersebut merealisasikan produk yang bisa dicapai dengan biaya serendah mungkin, dan boleh jadi mampu bersaing dan bertahan dengan produk serupa yang diproduksi orang lain. Karena itu acapkali produk tersebut menjadi tidak berkualitas, jika beberapa motivasi tersebut tidak ada padanya; seperti produk tertentu yang ditimbun karena tidak dikhawatirkan adanya persaingan. Bahkan seringkali mengarah pada penipuan, dengan menampakkan barang yang buruk dalam bentuk yang nampaknya bagus untuk mendapatkan keuntungan setinggi mungkin.

Firman Allah swt dalam Al-Quran surat Al-Mulk ayat 2 sebagai berikut :

الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا ۚ وَهُوَ الْعَزِيزُ

الْغَفُورُ

Artinya: “ yang menjadikan mati dan hidup, supaya Dia menguji kamu, siapa di antara kamu yang lebih baik amalnya. dan Dia Maha Perkasa lagi Maha Pengampun,”

Ayat diatas menjelaskan bahwa ujian Allah adalah untuk mengetahui siapa di antara hamba-hamba-Nya yang terbaik amalnya, lalu dibalas-

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nya mereka pada tingkatan yang berbeda sesuai kualitas amal mereka; tidak sekedar banyaknya amal tanpa memnekan kualitasnya.

Berdasarkan keterangan di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produksi adalah satu-satunya cara yang *mubah* yang mungkin diikuti produsen muslim dalam memproses produknya dan meraih keuntungan setinggi mungkin dengan biaya serendah mungkin. Motivasi kualitas produk mendapat perhatian besar dalam ilmu fiqh Umar Radhiyallahu Anhu, yang dapat ditunjukkan dari beberapa bukti sebagai berikut diantaranya :

- a. Umar menyatakan untuk memperbagus pembuatan makanan, seraya mengatakan, “ Perbaguslah adonan roti ; karena dia salah satu cara mengembangkannya, “ Artinya, perbaguslah adonan roti dan perhaluslah ; karena demikian itu menambah berkembangnya roti dengan air yang dikandungnya.

Umar Rhadiyallahu Anhu memberikan pengajaran secara rinci kepada kaum perempuan tentang pembuatan makanan yang berkualitas, seraya mengatakan, “ janganlah seseorang diantara kamu membiarkan tepung hingga airnya panas, kemudian meninggalkannya sedikit demi sedikit, dan mengaduknya dengan contongnya ; sebab demikian itu akan lebih bagus baginya dan lebih membantunya untuk tidak mengeriting.<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup>Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, *Fiqh Ekonomi Umar bin Al-Khathab*, (Jakarta : Khalifa, 2006), Cet 1, hlm 78



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB V

### PENUTUP

#### A Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data yang dilakukan, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian berdasarkan uji regresi linier sederhana yaitu  $Y = 0,517 + 1,050X$  yang berarti bahwa variabel X (kualitas produk) memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Jika kualitas produk semakin meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat. Berdasarkan uji t diketahui nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $16,500 > 1,98600$  dengan nilai signifikan sebesar  $0.000 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada usaha galbet foto studio. Sedangkan uji R koefisien determinasi model adalah 0,743 atau (74%). Hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel kualitas produk (X) terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 74%. Sedangkan Sisanya ( $100\% - 74\% = 26\%$ ) berarti sebesar 26% perubahan nilai variabel dependen Y (kepuasan konsumen) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,862 artinya korelasi antara kualitas produk dan kepuasan konsumen memiliki hubungan sangat kuat.
2. Menurut tinjauan ekonomi syariah, kualitas produk yang diberikan yaitu kualitas yang bernilai, bernilai dalam artian halal, baik, dan kualitasnya

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang terpercaya, sehingga para konsumen merasa puas dengan apa yang diinginkan, selain mendapatkan kualitas produk yang halal, produk tersebut juga memberikan manfaat yang baik, dan juga memberikan kemaslahatan yang lebih banyak, dari pada kemudhorotannya sehingga pada akhirnya akan mencapai suatu usaha yang selalu di ridhoi Allah SWT.

#### B. Saran

Setelah dilakukan penelitian oleh penulis Pada studio foto “Galbet Foto Studio”, maka penulis mencoba untuk memberikan saran, yaitu:

1. Dengan diketahuinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada galbet foto studio maka sebaiknya perusahaan lebih rajin dan memberikan kualitas produk yang baru agar konsumen lebih banyak tertarik lagi dan memberikan pelayanan yang baik dengan kualitas yang lebih tinggi dan bagus agar memberikan kepuasan bagi para konsumen.
2. Untuk konsumen galbet foto studio agar selalu memperhatikan kualitas produk yang diberikan, agar tidak ada penyesalan dikemudian hari, sehingga kita tidak merasa puas dengan apa yang diinginkan

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahmat Fahtoni, *Metode Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2005)
- Adimarwan Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008)
- Pandy tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: Andi, 2012)
- Husaini Usman dan Purnomo Setiady, *Pengantar Statistika*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006)
- Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2009)
- Nanang Martono, *Metode Penelitian Kualitatif Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012)
- Nurul Huda, *Ekonomi Mkaro Islami*, (Jakarta: Kencana, 2008)
- Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012)
- Purbayu Budi Santosa Dan Ashari, *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel Dan SPSS*, (Yogyakarta : Andi, 2005)
- Riduwan Dan Sunarto, *Pengantar Statistik untuk Penelitian Pendidikan, Social , Ekonomi, Komunikasi, Dan Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2010)
- Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2015)
- \_\_\_\_\_, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2015)
- \_\_\_\_\_, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2013)
- Sutrisno Badri, *Metode Statistika Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Ombak, 2012)
- William J. Stanton dan Y. Lamatto, *Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1984)

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Lampiran 1**

**KUESIONER PENELITIAN**

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir skripsi yang berjudul **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Percetakan Studio Foto “Galbet Foto Studio” Di Jalan Riau Kecamatan Senapelan Menurut Ekonomi Syariah**, maka saya :

Nama : Nur Hamidi  
 NIM : 11525101284  
 Fakultas : Syariah dan Hukum  
 Jurusan : Ekonomi Syariah

Bermaksud untuk memohon Bapak/Ibu/Saudara/I untuk meluangkan waktu guna mengisi angket ini untuk keperluan penelitian. Jawaban Bapak/Ibu/Saudara/I merupakan pendapatan pribadi Bapak/Ibu/Saudara/I.

Identitas dan keterangan yang telah Bapak/Ibu/Saudara/I berikan akan saya kerahasiannya, sehingga tidak perlu ragu untuk memberikan jawaban karena hanya untuk kepentingan penelitian penyusunan skripsi.

Atas ketrersediaan Bapak/Ibu/Saudara/I dalam meluangkan waktu mengisi angket ini saya mengucapkan terima kasih.

Peneliti

UIN SUSKA RIAU

Nur Hamidi

NIM. 11525101284

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ANGKET PENELITIAN

### A. Identitas Responden

1. Nama :

Pilihlah jawaban yang tersedia dengan cara memberi tanda silang (X)

2. Jenis Kelamin

a. Laki-laki

b. Perempuan

3. Usia

a. 17-25

b. 26-35

c. 35-45

d. >45

4. Pendidikan Terakhir

a. SD

b. SMP

c. SMA

d. D3/S1/S3

5. Pekerjaan

a. Pelajar/Mahasiswa

b. Guru/Dosen

c. PNS/Karyawan

d. lainnya

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## B. Petunjuk Pengisian

Pilihlah salah satu jawaban dari setiap pertanyaan yang paling sesuai, dengan cara memberi tanda silang (X) pada kolom jawaban yang tersedia.

Keterangan:

Sangat Setuju (SS) = Skor 5

Setuju (S) = Skor 4

Netral (N) = Skor 3

Tidak Setuju (TS) = Skor 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = Skor 1

### 1. Kualitas Produk

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Kualitas cetak foto yang bagus					
2	Produk memiliki daya tahan lama					
3	Keandalan cetak foto					
4	Desain album hard cover yang menarik					
5	Kesesuaian warna cetak foto sesuai dengan minat konsumen					
6	Kecocokan album hard cover untuk interior rumah					
7	Penyimpanan album hard cover yang menarik					

### 2. Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Produk yang dipilih sesuai dengan yang diharapkan konsumen, sehingga kenyamanan dan kepuasan yang dirasakan konsumen					
2	Minat konsumen untuk berkunjung kembali					
3	Kualitas pelayanan dan kualitas produk telah sesuai dengan harapan konsumen					
4	Konsumen memberikan rekomendasi kepada orang lain					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penerbitan atau siaran pers.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Nama	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	Total Score	Y1	Y2	Y3	Y4	Total Score	Jenis Kelamin	Usia	PT	Pekerjaan
Dinda Merisa	4	4	3	4	3	4	3	25	4	4	3	3	14	2	1	3	1
Fadlan Fahri	5	5	4	5	5	5	4	33	5	4	4	4	17	1	1	2	1
Farrel Mhd	5	5	5	5	5	4	4	33	5	5	4	4	18	1	1	3	1
Alfa Wahyudi	4	5	4	5	5	4	4	31	5	4	4	5	18	2	1	3	1
Rahman Yazni	5	5	5	4	4	4	4	31	5	4	4	4	17	2	1	3	1
Rizadil Jannah	5	5	4	4	5	5	5	33	5	4	4	4	17	2	1	3	1
Emanda Juwita	5	5	4	4	5	5	5	33	5	4	4	4	17	2	1	3	1
Aggita Sabrina	5	5	4	4	4	5	4	31	5	4	4	5	18	2	1	3	1
Adha Salsabila	5	5	5	4	5	4	4	32	5	4	4	4	17	2	1	2	1
Lutfi Alamsyah	5	5	4	5	5	5	4	33	5	4	4	5	18	1	3	4	2
Nayya Fahriza	5	4	4	4	4	5	5	31	5	4	4	4	17	2	1	3	1
Ang Fauziah	5	4	5	5	5	5	4	33	5	4	4	4	17	2	1	3	1
Aliza Syafila	5	5	5	4	5	4	5	33	5	5	4	5	19	2	1	3	1
Cut Salsa	5	5	5	4	4	4	5	32	5	4	4	4	17	2	1	3	1
Ainun Nabila	5	5	4	5	5	5	4	33	5	5	4	4	18	2	1	3	1
Zakiah Syam	5	5	4	5	5	5	4	33	5	5	4	4	18	2	2	4	2
Asmarani	5	5	5	5	5	4	5	34	5	5	4	4	18	2	3	4	2
Aldo Restuati	5	5	4	5	4	4	4	31	5	5	4	4	18	1	1	3	1
Raudhatul Annah	5	5	4	4	5	4	5	32	5	5	4	4	18	2	1	3	1
Nurlathifah Rahmadhani	5	5	4	5	5	5	4	33	5	4	4	5	18	2	1	2	1
Misnawati	5	5	5	5	5	5	4	34	5	5	5	4	19	2	3	4	2
Dhifa Velinna Az-Zahra	4	5	4	5	5	5	4	32	5	5	5	4	19	2	1	2	1
Fikri Naldi Mansyur	5	5	4	5	5	5	4	33	4	5	5	4	18	1	1	3	1
Norma	5	5	4	5	5	5	5	34	5	5	5	4	19	2	3	4	2
Aqioldano Putra	5	5	5	5	5	4	4	33	5	5	5	4	19	1	1	3	1
Muhammad Yohandra	5	5	4	5	5	4	4	32	5	4	5	5	19	1	1	3	1
Desi Fitriani	5	5	4	5	5	5	4	33	5	4	5	4	18	2	3	4	2
Dipa Ananta Syofian	5	5	4	5	5	4	5	33	5	4	5	4	18	2	1	3	1
Rehan Kurniawan	5	5	4	4	5	5	5	33	5	4	5	5	19	1	1	3	1
Gema Adha Haris	5	5	4	4	5	5	4	32	5	5	4	5	19	1	1	3	1
Mariolah Apsari	5	4	4	5	5	5	5	33	4	5	5	5	19	2	1	3	1
Dian Fresca Dwi Shandra	5	5	4	5	5	5	4	33	5	5	5	4	19	2	1	2	1
Rania Khalisya Putri	5	5	4	5	5	5	5	34	5	5	5	4	19	2	1	2	1
Murni	5	5	5	4	5	5	4	33	5	4	5	4	18	2	3	4	2
Nakhila Desrilis	5	5	5	5	4	5	4	33	5	4	4	4	17	2	1	2	1
Muhammad Al-Farezal	5	4	4	5	5	5	4	32	5	4	5	4	18	1	1	3	1
Ferdi Ardiansyah	5	5	5	4	5	5	4	33	5	4	5	4	18	1	1	2	1
Zamzami	5	5	4	5	5	4	4	32	5	4	4	4	17	1	3	4	2
Yulisna	5	5	4	5	5	5	4	33	5	5	4	4	18	2	3	4	3
Wardhina Nadhila	5	5	5	5	5	4	4	33	5	5	5	4	19	2	1	2	1
Niswa Khaidat	5	5	5	5	5	4	5	34	5	4	4	4	17	2	1	3	1
Chelsea Chanera	5	5	4	4	5	5	4	32	5	4	4	4	17	2	1	3	1
Risma Wahyu Lestari	4	4	4	5	5	5	5	32	5	4	5	4	18	2	1	3	1
Suhelmi	5	5	4	4	4	5	5	32	5	4	4	4	17	2	3	4	2
Andri	5	5	4	4	5	4	4	31	5	5	4	4	18	1	3	4	2
Ithis Anggraini	5	5	5	5	5	5	4	34	5	5	5	4	19	2	3	4	2
Rehan Habibi	4	5	5	5	5	5	4	33	5	5	5	4	19	1	1	2	1
Nanda Zulvi	4	5	4	4	5	3	4	29	5	4	4	4	17	1	1	3	1
Jannah	5	5	4	4	4	3	3	28	4	4	4	4	16	2	2	4	3
Rizki Fajri	5	4	4	3	3	4	3	26	4	3	3	3	13	1	2	4	2
Adit Faturrahman	5	4	4	4	3	3	3	26	4	3	3	3	13	1	2	4	3
Nurlis	5	4	4	4	3	3	3	26	4	3	3	3	13	1	3	4	2
Asmah	5	4	4	4	3	3	3	26	4	3	3	3	13	2	3	4	2
Elhazami	4	5	4	3	4	3	4	27	4	4	4	3	15	1	1	4	3
Rabil	4	4	4	3	4	3	3	25	4	3	4	3	14	1	1	3	1
Esti	5	5	5	4	4	4	3	30	4	4	3	3	14	2	1	3	4
Afdal	5	5	5	4	4	4	3	30	4	4	3	3	14	1	2	4	3
Qadri Satria	4	1	4	4	4	3	4	24	4	4	4	3	15	1	1	3	1
Akmal	5	5	5	4	4	3	3	29	4	4	3	3	14	1	2	2	3
Ramli	5	5	5	4	4	3	3	29	4	4	3	3	14	1	2	2	3

1	Mutha	5	5	5	4	4	3	4	30		4	4	3	3	14	2	1	3	1
2	Rahmat	5	5	5	4	4	3	3	29		4	4	3	3	14	1	1	3	1
3	Angita Sabrina	4	5	4	5	5	5	5	33		5	5	5	4	19	2	1	2	1
4	Wafa	5	5	4	4	4	3	3	28		4	4	3	3	14	2	2	4	3
5	Eli	4	5	4	4	4	3	4	28		5	4	4	3	16	2	2	3	3
6	Ahli	5	5	4	4	4	3	3	28		4	4	3	3	14	1	2	3	3
7	Rahip	4	4	3	4	3	4	4	26		4	3	3	3	13	1	3	4	3
8	Heti Angga	4	4	4	5	4	3	4	28		5	4	4	3	16	1	2	4	3
9	Rahmat Hidayat	5	5	4	4	4	3	3	28		4	4	3	4	15	1	2	4	3
0	Rana	5	5	5	4	4	4	3	30		4	4	3	3	14	2	2	4	3
1	Negis	5	5	4	4	3	3	4	28		4	4	3	3	14	2	2	4	4
2	Ung	5	4	5	4	4	3	3	28		4	4	3	3	14	2	2	4	2
3	Condry Permata	4	5	4	4	5	5	4	31		5	4	4	3	16	2	1	4	3
4	Rena Gustina	5	5	4	4	5	4	3	30		5	4	4	3	16	2	1	4	4
5	Desmiwati	5	4	4	4	4	3	3	27		4	4	3	3	14	2	2	3	4
6	Ratna Dewi	5	5	5	4	4	3	3	29		5	4	4	3	16	2	3	4	3
7	Taufik Qurrahman	5	4	4	4	3	3	3	26		4	4	3	3	14	1	2	4	2
8	Mardiana	5	4	4	3	3	4	4	27		4	4	4	3	15	2	2	3	4
9	M. Yatim	5	4	4	4	3	3	3	26		4	4	4	3	15	1	4	4	3
0	Suharni	4	5	4	4	4	4	3	28		4	3	4	4	15	2	4	3	4
1	Fadhlan	4	5	5	5	5	3	3	30		4	4	4	4	16	1	2	4	2
2	M. Wahyudi	5	4	4	4	5	3	4	29		4	3	4	3	14	1	1	4	3
3	Dewi Kumala	4	5	4	4	4	4	3	28		5	4	4	4	17	2	1	4	3
4	Sadam	4	4	3	4	3	4	3	25		4	3	4	3	14	1	1	2	1
5	Ziad	5	5	4	3	3	4	3	27		4	3	4	3	14	1	1	3	3
6	Putri Amalia F	4	4	3	4	3	4	3	25		3	3	4	3	13	2	1	3	1
7	Shafwan Zuhdi	3	4	3	4	3	3	3	23		4	3	3	3	13	1	1	3	1
8	Silma	5	4	4	4	5	4	4	30		5	5	4	3	17	1	1	3	1
9	Widya Yunita	2	3	4	3	3	2	3	20		3	3	2	3	11	2	1	2	1
0	Zulfa Delfina	5	4	3	4	3	3	4	26		4	3	4	3	14	2	1	2	1
1	M. Taufiq	4	4	4	4	5	4	4	29		5	4	4	3	16	1	1	3	1
2	Rahmi Aulia	4	3	5	5	4	4	3	28		4	5	4	3	16	2	1	3	1
3	Habil	3	4	3	4	3	4	3	24		4	3	4	3	14	2	1	3	1
4	Erdho	5	4	4	4	3	4	4	28		4	4	3	3	14	1	1	3	1
5	Devi Larasati	4	4	3	4	3	4	4	26		4	3	4	3	14	2	1	3	1
6	Afrizal	4	4	4	3	4	3	4	26		5	5	4	3	17	1	1	3	3

- Hak Cipta Milik UIN Suska Riau**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Galbet Foto Studio  
Jl. Riau Pekanbaru

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Galih Rakasiwi  
Jabatan : Pemilik Toko  
Alamat : Jl. Riau Pekanbaru

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Nur Hamidi  
NIM : 11525101284  
Fakultas / Jurusan : Syariah dan Hukum / Ekonomi Syariah  
Alamat : Jl. Uka Perumahan Asta Gardenia Blok J.7

Adalah benar yang telah bersangkutan mengajukan izin pengumpulan data kepada Galbet Foto Studio Pekanbaru selaku pemilik toko, dalam menyelesaikan tugas akhir dengan judul:

**“ Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Percetakan Studio Foto “Galbet Foto Studio” Di Jalan Riau Kecamatan Senapelan Menurut Ekonomi Syariah”**

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Pekanbaru, April 2020  
Pemilik Toko

Galih Rakasiwi



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA	: NUR HAMIDI
NIM//NIP	: 11525101284
LEMBAGA PENDIDIKAN	: UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
LOKASI PENELITIAN	: GALBET FOTO STUDIO JALAN RIAU KECAMATAN SENAPELAN
ALAMAT	: PERUMAHAN ASTA GARDENIA BLOK J.7 JALAN UKA
NO. HP	: 085278092513

Dengan ini saya menyatakan bahwa akan mentaati dan tidak melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku berkaitan dengan penerbitan Rekomendasi Riset/penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Provinsi Riau.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, Mei 2020

**YANG MEMBUAT PERNYATAAN**

**NUR HAMIDI**

NIM. 11525101284

UIN SUSKA RIAU

### SURAT PERNYATAAN SELESAI MENELITI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : NUR HAMIDI  
NIM : 11525101284  
Tempat / Tanggal Lahir : Pasir Sialang/ 17 Juni 1996  
Program Studi / Jurusan : Ekonomi Syariah  
Semester : 10 (Sepuluh)  
No HP : 0823-9234-9790  
Alamat : Jl. Uka Perumahan Asta Gardenia Blok J.7

Dengan ini menyatakan bahwa, saya benar telah selesai meneliti /  
melaksanakan riset pada : 5 April 2020

Nama Tempat Penelitian : Galbet Foto Studio  
Alamat : Jl. Riau No. 22, Pekanbaru  
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan  
Konsumen Pada Usaha Percetakan Studio Foto  
“Galbet Foto Studio” Di Jalan Riau Kecamatan  
Senapelan Menurut Ekonomi Syariah  
Waktu Penelitian : 05 Maret 2020 s.d. 05 April 2020

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila  
kemudian hari saya terbukti melakukan pembohongan / penipuan terhadap  
pernyataan saya ini, maka saya siap menerima segala resiko.

Pekanbaru, Mei 2020

Yang menyatakan

Nur Hamidi

NIM. 11525101284



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون  
FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052  
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/3072/2020  
Sifat : Biasa  
Lamp. : 1 (Satu) Proposal  
Hal : **Mohon Izin Riset**

Pekanbaru, 29 April 2020

Kepada  
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP  
Provinsi Riau

*Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum  
Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : NUR HAMIDI  
NIM : 11525101284  
Jurusan : Ekonomi Syariah S1  
Semester : X (Sepuluh)  
Lokasi : PERCETAKAN STUDIO FOTO "GALBET FOTO STUDIO"  
Jalan Riau Pekanbaru

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul  
:PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
USAHA PERCETAKAN STUDIO FOTO "GALBET FOTO STUDIO" DI JALAN RIAU  
KECAMATAN SENAPELAN MENURUT EKONOMI SYARI'AH

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai  
tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan  
memberikan izin guna terlaksanya riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.



Dr. Des. H. Hajar., M.Ag  
NIP. 19580712 198603 1 005

Tembusan :  
Rektor UIN Suska Riau

UIN SUSKA RIAU





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PEMERINTAH PROVINSI RIAU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
 Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 P E K A N B A R U  
 Email : dpmptsp@riau.go.id

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/32600  
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat  
 Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau**, Nomor :  
 Un.04/F.I/PP.00.9/3072/2020 Tanggal 29 April 2020, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

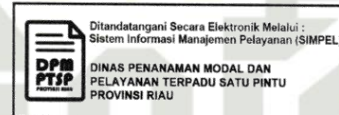
- |                      |  |
|----------------------|--|
| 1. Nama              | : NUR HAMIDI   |
| 2. NIM / KTP         | : 11525101284  |
| 3. Program Studi     | : EKONOMI SYARIAH  |
| 4. Jenjang           | : S1   |
| 5. Alamat            | : PEKANBARU  |
| 6. Judul Penelitian  | : PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA PERCETAKAN STUDIO FOTO "GALBET FOTO STUDIO" DI JALAN RIAU KECAMATAN SENAPELAN MENURUT EKONOMI SYARIAH |
| 7. Lokasi Penelitian | : PERCETAKAN STUDIO FOTO "GALBET FOTO STUDIO" JALAN RIAU PEKANBARU   |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
 Pada Tanggal : 6 Mei 2020



**Tembusan :**

**Disampaikan Kepada Yth :**

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Walikota Pekanbaru  
 Up. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

UIN SUSKA RIAU



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
كلية الشريعة و القانون  
FACULTY OF SYARIAH AND LAW  
Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-561645  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: rektor@uin-suska.ac.id

**PENGESAHAN PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

Proposal dengan judul **Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Percetakan Studio Foto "Galbet Foto Studio" Dijalan Riau Kecamatan Senapelan Menurut Ekonomi Syariah**

ditulis oleh saudara :

Nama : Nur Hamidi  
NIM : 11525101284  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Diseminarkan pada :

Hari / Tanggal : Selasa, 19 November 2019  
Narasumber : Darnilawati, SE, M.Si

Telah diperbaiki sesuai dengan saran narasumber seminar proposal mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Kepala Bagian Tata Usaha  
Fakultas Syariah dan Hukum

**Erni, S.Sos., MM**  
NIP. 19680226 199103 2 002

Pekanbaru, November 2019

Narasumber

**Darnilawati, SE, M.Si**  
NIP. 19790420 200710 2 006

UIN SUSKA RIAU



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



# JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

## Journal For Islamic Law

JL. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293  
 Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052  
 www.jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com  
 HP. 081275158167 – 085213573669

### SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : NUR HAMIDI

NIM : 11525101284

Program Studi : EKONOMI SYARIAH

Judul : *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Percetakan Studio Foto "Galbet Foto Studio" Di Jalan Riau Kecamatan Senapelan Menurut Ekonomi Syariah*

Pembimbing : Bambang Haermanto, M.Ag,

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 27 Juli 2020



Alpi Syahrin, SH., MH., CPL  
 NIP. 198804302019031010

UIN SUSKA RIAU



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BIODATA PENULIS



Nur Hamidi adalah nama penulis skripsi ini. Penulis lahir di Pasir Sialang pada tanggal 17 Juni 1996. Penulis menempuh pendidikan dimulai dari SDN 027 Pasir Sialang *lulus tahun 2008*), melanjutkan pendidikan ke MTS Daarun Nahdhah Thawalib Bangkinang (*lulus tahun 2012*), kemudian melanjutkan pendidikan MA ke sekolah yang sama yaitu MA Daarun Nahdhah Thawalib Bangkinang (*lulus tahun 2015*) dan melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum.

Penulis aktif di Organisasi Internal dan Eksternal kampus. Pada organisasi Internal kampus, penulis pernah menjadi pengurus Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Fakultas Syariah dan Hukum di bidang Hukum dan Advokasi periode 2016-2017. Kemudian menjadi pengurus Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau di bidang Keprotokolan periode 2018. Pada tahun 2019 penulis menjadi Ketua Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA) Fakultas Syariah dan Hukum. Pada Eksternal kampus, penulis aktif di Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) dengan menjadi pengurus Komisariat SUPER di bidang Penelitian, Pengembangan, dan Pembinaan Anggota (P3A) periode 2018. Kemudian menjadi pengurus HMI Cabang Pekanbaru di bidang Perguruan Tinggi, Kemahasiswaan dan Kepemudaan (PTKP) periode 2020.

Penulis menyelesaikan kuliah strata satu (S1) pada tahun 2020 dengan judul Skripsi **“PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUAAN KONSUMEN PADA USAHA PERCETAKAN STUDIO FOTO “GALBET FOTO STUDI” DI JALAN RIU KECAMATAN SENAPELAN MENURUT EKONOMI SYARIAH”** dengan Prediket *Sangat Memuaskan*.